Basel, den 20. August 1932 XXXII. Jahrgang / No. 34

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel

Erscheint wöchentlich 8-12 Seiten stark. Abonnementspreis: Fr. 15.— per Jahr, Fr. 8.— per sechs Monate. Ins Ausland unter Kreuzband Fr. 20.— per Jahr.



Redaktion: Dr. HENRY FAUCHERRE. Verantwortlich für Druck u. Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel. Für denselben Dr. Oscar Schär



Führende Gedanken



Arbeitet am Wesentlichen.

Wer sich von ungehörigen Beschäftigungen und Personen fernhält, der findet durch diese Selbstbegrenzung, Konzentration auf das Wesentliche und zeigt sich dadurch als Meister der Lebenskunst. Selbst unnötige oder falsche Mitbewegungen soll man beim Sport ausschalten, um durch dieses Training die angestrebte Leistung mit möglichst geringem Aufwand an Kraft zu erreichen. Durch alles Enthalten von unnötigen Nebensachen zeigt sich gerade der Meister der Lebenskunst.

Wer sich im Handeln wie im Reden von seinem Ziele ablenken lässt, schadet immer seiner Konzentration, die auf das Wesentliche geht. Es gibt Wesentliches und Unwesentliches; sein Werk vollbringt nur, wer sich an das Wesentliche hält.

Deshalb schärfen alle wahren Diplomaten immer wieder ein, dass man sich grundsätzlich in allen Geschäften dem Unnützen und dem Kleinlichen entziehen muss, um nicht die Zeit für das Wesentliche zu verlieren und zu vergeuden.

Ein jeder Mitarbeiter von Bewegungen lernt, dass man sich nicht an Kleinigkeiten und an allzu abenteuerliche Kombinationen verlieren darf, sondern dass die wichtigste Lehre ist, solide und systematische Arbeit am Wesentlichen, am Wichtigen, am Lebensnotwendigen zu leisten. Nur durch solche Arbeit am Wesentlichen kommt man seinem Ziele näher und erfüllt dadurch den Begriff des wahren Handelns; mit solchem wesentlichen Handeln kann man aber gar nicht früh genug anfangen.

Dr. F. Finger
Aus: «200 Richtlinien der Weltklugheit von Geschäftsleuten und Weltmännern.»

Filene über den Einzelhandel.

Von Dr. *Wilhelm Grotkopp.*

Filene ist ohne Zweifel einer der erfolgreichsten und originellsten Vertreter des amerikanischen Einzelhandels: sein Name wird in der Geschichte des modernen amerikanischen Einzelhandels immer mit an erster Stelle genannt werden, denn seine Ideen haben die neueste Entwicklung des amerikanischen Einzelhandels wie auch die Geschäftsmethoden der modernen Industrie weitgehend beeinflusst. Wie alle Amerikaner liegt für ihn der Sinn des Geschäftes, des Handels, darin, «Geld zu machen», Profite zu erzielen. Aber im Gegensatz zu vielen anderen, will er den Profit nicht durch Erhöhung des Aufschlages, den er als Einzelhändler erhebt, erzielen, sondern durch Reduzierung des Aufschlages, um so die Preise zu senken, den Absatz zu heben, um auf diesem «Umweg» über den erhöhten Absatz zu erhöhtem Profit zu kommen. Er hat diesen Gedanken vor allem verwirklicht in Form des Gelegenheitsbasements. Der Gelegenheitsbasement befindet sich meistens in den Kellerräumen eines Warenhauses und ist relativ dürftig eingerichtet; im Basement sollen billig eingekaufte Waren bei denkbar geringstem Aufschlag verkauft werden, es soll der Verkauf zu niedrigen Preisen durch geringe Unkosten und rapiden Umschlag ermöglicht werden. In Anbetracht der überragenden Stellung Filenes im amerikanischen Einzelhandel nahm ich sehr gerne seine Einladung zu einer kurzen Vortragsveranstaltung in Berlin an.

Filene entwickelte in diesem kurzen Vortrag allgemeine Ideen zur Reform der heutigen Wirtschaft, die ihm selbst und wohl auch vielen anderen so radikal erscheinen, dass er es für erforderlich hielt, sich zunächst gegen den Vorwurf zu verteidigen bezw. zu schützen, er sei Sozialist oder gar Kommunist. Seine Ideen seien keine sozialistischen, aber es sei notwendig, das heutige kapitalistische System zu revidieren; denn dieses kapitalistische System habe zur grössten Krise geführt. Gegen die Fehler, gegen die Schattenseiten des heutigen kapitalistischen Systems wetterte Filene in schärfsten Worten. Er bezeichnete die heute vorherrschenden kapitalistischen Methoden u. a. als engstirnig und beschränkt. Als entscheidenden Fehler der heutigen Wirtschaftsweise sieht er den an, dass man zu einseitig von der Produktion ausgehe, dass immer nur die Frage interessiere, was die Herstellung bestimmter Waren koste, während man von der Nachfrage ausgehen, prüfen müsse, was abzusetzen sei, um dann gemäss diesen Absatzmöglichkeiten die Produktion einzurichten. Entscheidend für die Ge-

staltung des Absatzes sei nicht die Befriedigung irgendwelcher Sonderwünsche, sondern die Befriedigung des möglichst weitgehend zu standardisierenden Bedarfs der breiten Masse.

Unter diesem Gesichtspunkt bezeichnete er die Forderung nach Massenproduktion und Massenabsatz als die entscheidende moderner Wirtschaftspolitik. Massenproduktion und Massenabsatz bedeuten für ihn nicht so sehr Produktion in Massen, sondern Produktion und Absatz für die Massen, für die breiten Kreise der Bevölkerung. Deren Bedarf müsse auf dem denkbar einfachsten Wege so billig wie möglich befriedigt werden, damit die Massen für ihr Dollar- oder Markeinkommen möglichst viel kaufen können. Die Sorge für die Kaufkraft der Massen stehe somit im Vordergrund; alles müsse getan werden, um den Lebensstandard der breiten Kreise zu heben. Filene wandte sich in diesem Zusammenhang nicht nur gegen Lohnabbau, sondern auch gegen die Zollpolitik, und zwar insbesondere gegen die seines eigenen Landes. Er unterstrich ferner immer wieder die Bedeutung der Standardisierung des Bedarfes im Interesse der Durchführung dieser Prinzipien. Die Möglichkeiten der Massenproduktion und des Massenabsatzes müssen systematisch studiert werden. Jede massgebliche Firma müsse zu diesem Zweck «research work» leisten, d. h. systematisch und wissenschaftlich die Möglichkeiten der Massenproduktion und des Massenabsatzes studieren. Es habe sich stets gelohnt, wenn die grossen amerikanischen Firmen zu diesem Zweck mehrere Millionen Dollar pro Jahr ausgegeben haben.

So hat Filene den Sinn des neuen Kapitalismus und zugleich die Aufgaben des Einzelhandels in diesem Kapitalismus umrissen. Der neue Kapitalismus müsse im wesentlichen auf Massenproduktion und Massenabsatz eingestellt sein; Aufgabe des Einzelhandels sei es, die Waren so billig wie möglich an den Konsumenten zu bringen. Doch was heisst: So billig wie möglich? Filene sieht die modernen und rentabelsten Einzelhandelsformen in den Warenhäusern und in den Kettenfirmen. Unabhängige Einzelhändler könnten sich dagegen im allgemeinen nur behaupten, wenn sie sich in Einkaufsverbänden genossenschaftlich zusammenschliessen. Derartige Einkaufsorganisationen könnten allerdings für den unabhängigen Einzelhandel segensreich wirken. Filene erzählte z. B. von einer Einkaufsorganisation, die jetzt schon 15,000 unabhängige Einzelhändler erfasst hätte. Den kleinen unabhängigen Einzelhändler betrachtet er dagegen als der Vergangenheit angehörend. Er wies dabei darauf hin, dass eingehende Untersuchungen in Amerika ergeben hätten, dass diese kleinen Einzelhändler rationelle Betriebsmethoden überhaupt nicht kennen, dass hier deswegen sehr viel «vaste in distribution» vorkomme, habe man doch z. B. bei der Revision derartiger Läden Lebensmittel angetroffen, die schon fünf Jahre alt waren. Dagegen hätten die Warenhäuser und die Kettenfirmen eine wesentliche Herabsetzung der Unkosten und somit eine Verbilligung erzielt. Die Richtigkeit seiner Behauptung, dass in Amerika Warenhäuser und Kettenfirmen, die diese Grundsätze der Massenproduktion und des Massenabsatzes beachten, die rentabelsten Einzelhandelsfirmen seien, sieht Filene als Amerikaner darin bestätigt, dass die Firmen, die diese Grundsätze am konsequentesten durchgeführt haben, auch heute noch trotz der Krise mit Profiten arbeiten, wobei er mit besonderem Stolz auf die jetzt noch sehr beträchtlichen Gewinne seiner eigenen Firma hinwies. Er unterbreitete als Beweis einige Zahlen über den Umsatz der Warenhauskettenfirmen, die nachstehend mitgeteilt seien (in Mill. Dollar):

Umsatz im Jahre	Federated Dept. Stores	Penney Co.	May Dept. Stores	National Dept. Stores	Hahn Dept. Stores	Gimbel Bros.
1931	105,3	173,7	93,0	63,9	90,4	97,9
1930	113,0	192,9	101,6	75,7	104,9	113,2
1928	112,9	176,6	106,6	71,4	115,7	121,1
1931	+1,24	+8,91	+2,19	—1,22	—0,31	—1,79
1930	+2,09	+8,29	+4,08	—0,73	+2,51	+0,37
1928	+3,87	+10,58	+5,75	+2,18	+6,03	+0,91

Reingewinn (+), Verlust (—).

Ob die noch relativ guten Abschlüsse der Fileneschen Firma, Federated Department Stores, und anderer Firmen auf die konsequente Anwendung der obigen Prinzipien und die Verlustabschlüsse der anderen Firmen im wesentlichen auf die Nichtanwendung zurückzuführen sind, kann im einzelnen nicht nachgeprüft werden, es soll hier nur die Bemerkung von Herrn Filene registriert werden, dass dem so ist, dass die Kettenfirmen und Warenhäuser die Krise gut überstanden haben, die gemäss den obigen Grundsätzen gehandelt haben. Die Zahlen haben wir vor allem auch deswegen mitgeteilt, weil sie einen immerhin interesanten Einblick in die Auswirkungen der Krise auf die grossen amerikanischen Warenhauskonzerne geben. Der Umsatzrückgang ist teilweise sehr stark, noch stärker ist der Rückgang der Profite; es ist den Warenhauskonzernen kaum möglich gewesen, die Unkosten dem Umsatzrückgang anzupassen. Wenn 1932 ein stärkerer Umsatzrückgang erfolgen sollte als in den beiden verflossenen Krisenjahren, dann kann die Lage der amerikanischen Warenhauskonzerne sehr kritisch werden. Heute ist die Lage einiger Firmen, wie ja vor allem die von Gimbel Broth., schon so kritisch, dass sie nach der Meinung von Herrn Filene sich nicht werden behaupten können.

In der sich an den Vortrag anschliessenden Diskussion knüpften einige Vertreter der Mittelstandsinteressen an die Ausführungen Filenes über das Schicksal des unabhängigen Einzelhändlers an. Sie hatten scheinbar gehofft, aus dem Munde von Filene eine Bestätigung ihrer Ansichten zu hören, mussten aber das Gegenteil erleben; denn Filene sprach sich ganz entschieden gegen irgendwelche Gesetze oder sonstige Massnahmen zum Schutze des kleinen unabhängigen Einzelhändlers aus. Der unabhängige Einzelhändler und der Mittelstand als Klasse müssen durchaus erhalten werden, aber die Welt und die Menschheit brauche einen weisen Mittelstand, nicht aber einen dummen. Gegen Dummheit könne man nichts machen, gegen Dummheit könne man auch nicht mit staatlichen Gesetzen vorgehen; einem Mittelstand, der seine Aufgaben nicht erkenne und nicht erfüllen könne, könne auch der Staat nicht helfen. Der Mittelstand und der unabhängige Einzelhandel müssen sich selbst helfen. Wenn der Staat hier weitgehend eingreife, dann könne es zum Verderben für den betreffenden Staat sein. Filene erwähnte in diesem Zusammenhang noch, dass es insbesondere für Frankreich sich sehr schädlich ausgewirkt habe, dass die Kleinhändler einen so starken Einfluss auf die Politik erhalten haben. Zwar haben gewisse Kreise auch in Amerika versucht, den Staat gegen die modernen Formen des Einzelhandels zu mobilisieren, Gesetze gegen die Kettenfirmen und Warenhäuser zur Annahme zu bringen. Dies sei zwar in der Zeit der Krise nicht weiter erstaunlich; denn alsdann suchen alle, die sich nicht selbst helfen können, nach einem Schul-

digen, verlangen sie Schutz gegen die erfolgreichen Betriebsmethoden und Betriebsformen. Leider müsse man auch feststellen, dass die politischen Parteien, die nun einmal auf Wähler und auf Stimmen angewiesen seien, diesen Bestrebungen weitgehend entgegenkommen. Aber erreicht hätte man mit diesen Gesetzen in Amerika nichts, meistens hätte der oberste Gerichtshof diese Gesetze als verfassungswidrig bezeichnet und somit ihre Durchführung verhindert.

Würde Filene seine Grundgedanken über Massenproduktion und Massenabsatz, über Erfassung und Organisierung des Bedarfes logisch zu Ende denken, dann müsste er als die fortschrittlichste und modernste Betriebsform des Einzelhandels die Konsumgenossenschaften anerkennen, denn die Konsumgenossenschaften gehen vom Bedarf der Massen aus, suchen diesen zu erfassen und zu organisieren. Aber da es für die Konsumgenossenschaften nicht darauf ankommt, «to make money» mit dieser Methode, wird der Amerikaner Filene, der immer wieder auf dies höchste aller Prinzipien: to make money zurückkommt, sehr wenig Verständnis für diese Form des europäischen Einzelhandels haben. Wenn man aber diese Gedanken Filenes sich vergegenwärtigt, wird man verstehen, warum die Konsumgenossenschaftsbewegung in Amerika so wenig Fortschritte erzielt hat, sich in typisch amerikanischen Kreisen bisher noch nicht durchsetzen konnte, ihre Tätigkeit auf Einwanderungsbezirke beschränken musste. Was die Konsumgenossenschaften betriebswirtschaftlich leisten müssen, leisten in Amerika weitgehend die Kettenfirmen. Für die tragende Idee der Genossenschaftsbewegung, nämlich für die der Ausschaltung des Profites, haben aber auch die modernen Amerikaner so wenig Sinn, dass sie nie auf den Gedanken kommen würden, dass die Konsumgenossenschaften eine noch wirksamere Methode als die Kettenläden darstellen, um die Ideen der Bedarfswirtschaft und des Massenabsatzes zu verwirklichen.

Von den Anfängen des deutschen Konsumgenossenschaftswesens.

(Schluss.)

Ueber die ersten Anfänge der deutschen Konsumentenbewegung schreibt Carl Launer:

Die Genossenschaft, die allgemein und noch unwidersprochen als der älteste deutsche Konsumverein bezeichnet wird, ist der Spar- und Konsumverein «Ermunterung» in Chemnitz. Ob die Gründer der «Ermunterung» durch irgendwelchen äusseren Einfluss zur Gründung schritten, konnte niemals restlos festgestellt werden, weil Akten oder Protokollbücher aus der Gründungszeit nicht mehr vorhanden sind. Eine Abhängigkeit der Gründung von Schulze-Delitzsch erscheint ausgeschlossen, denn dessen erster kleinbürgerlicher Verein wurde erst im November des Jahres 1850 in Delitzsch gegründet. Auch ein Zusammenhang mit den «Rochdaler Pionieren» in England kann nicht gut angenommen werden, weil der konservative Berliner Professor Viktor Aimé Huber seine ersten genossenschaftlichen Ideen, auf einer Reise durch England und Schottland entwickelt, erst im Herbst des Jahres 1845 in einem Aufsatz des «Janus» über «Eindrücke und Betrachtungen eines Reisenden» niederlegte. Und der Generalstaatskassenbuchhalter G. H. Liedke, der besonders in Süddeutschland eine Reihe Spargesellschaften ins Leben rief, hat erst im September 1845 seine erste konsumgenossenschaftliche Arbeit in der Broschüre «Hebung der Not der arbeitenden Klassen durch Selbsthilfe. Eine Handlung», veröffentlicht. Möglich ist, «dass sowohl Liedke wie die Chemnitzer eine gemeinsame Quelle erster Anregung zu ihrem Vorhaben gehabt hätten». Doch auch dies soll unwahrscheinlich sein, weil Liedke ausschliesslich Sparkassen nach dem Prinzip der Selbsthilfe gründete, deren Verwaltung von einem Vorstand besorgt werden sollte, der «den besser situierten Ständen» angehörte. Es bleibt uns nur noch die Vermutung, dass die mit der Aufstellung von exportierten Spinnmaschinen beschäftigten englischen Monteure den konsumgenossenschaftlichen Gedanken mit nach Chemnitz brachten, denn die Gründer der «Ermunterung» waren Arbeiter der Aktienspinnerei in Chemnitz. Wurde doch auch im Jahre 1848 in der Weberstadt Glauchau ein Konsumverein gegründet, und auch dort waren englische Monteure mit der Aufstellung von Spinnmaschinen und Webstühlen beschäftigt.

Die Gründung der «Ermunterung» erfolgte im Mai 1845 durch vier in der «Aktienspinnerei» beschäftigte Arbeiter; die Namen derselben sind der Nachwelt erhalten geblieben, sie hiessen Lindner, Rattba, Reichel und Tannenberg. Die Vorarbeiten zur Gründung der «Ermunterung» liegen sicher viele Monate zurück. Genau wie die «Redlichen Pioniere von Rochdale» in England waren also auch hier Spinner und Weber die Gründer der ersten deutschen Konsumgenossenschaft. Nach weiterem Zutritt von acht Mann bestand der Verein aus 12 Mitgliedern. Jedenfalls ist diese Zahl gleich von Beginn an als höchste Mitgliederzahl festgesetzt worden, denn erst 1853 tritt eine Erweiterung des Mitgliederbestandes ein.

Grosse Aehnlichkeit zeigt die Entwicklung der «Ermunterung» mit der ersten englischen Konsumgenossenschaft der «Redlichen Pioniere von Rochdale». Göhre schreibt darüber: «Ja, in einer Reihe von Aeusserlichkeiten ist die Aehnlichkeit hüben und drüben fast lächerlich gross. In beiden Vereinen betrug die erste Mitgliederzahl 12; in beiden waren die Mitglieder Spinner von Beruf, in beiden wurde ein erster Wochenbeitrag für die erste Warenbeschaffung von 20 Pfennigen erhoben; in beiden wurde dieser Beitrag sonntäglich von Mitgliedern selbst einkassiert. Hier wie dort ist anfangs nur einmal wöchentlich einige Stunden Verkaufszeit. Hier sind es drei, dort ganze vier Artikel (Mehl, Butter, Zucker, Hafergrütze), die zum Verkauf gebracht werden; ein Jahr danach wird diese stattliche Liste hier durch einen, dort in England durch zwei neue Artikel (Tabak und Tee), vermehrt. Selbst die Zeit der Entstehung ist annähernd gleich: in England erfolgt die Gründung Ende 1843, die Ladeneröffnung im Dezember 1844, in Deutschland der Zusammenschluss Anfang 1845. Vor allem aber haben beide Organisationen die drei wichtigsten und fundamentalen Grundsätze der Konsumgenossenschaftsbewegung gemeinsam: Die Abgabe gegen Barzahlung und zu Tagespreisen, sowie Rückvergütung nach der Höhe des Warenumsatzes. Freilich auch die Gegensätze sind nicht minder zahlreich und stark: Die Rochdaler steckten alle, die Chemnitzer nur einen Teil der Spargelder ins Geschäft. Die Engländer arbeiteten mit Geschäftsanteilen und unbeschränkter Mitgliederzahl, die Deutschen ohne solchen Anteil

und als eine streng geschlossene Gesellschaft. Jene stellten sich sofort unter die in England schon vorhandenen Genossenschaftsgesetze, diese vermieden es sogar, ihren freien Verein auch nur der Ortspolizeibehörde anzumelden. Jene begannen sofort mit einem Ladengeschäft, diese haben heute noch keines. Schliesslich und vor allem waren die Ziele beider ungeheuer verschieden: Die englischen Spinner erstrebten mit ihren Vereinen nichts Geringeres, als die ganze öffentliche Ordnung auf neue Grundlagen zu stellen, Verkaufsläden, Fabriken, Häuser und landwirtschaftliche Güter unter genossenschaftlichen Betrieb zu bringen; die deutschen Spinner dagegen wollten nur ein denkbar bescheidenstes Ziel: sich und ihren Familien jährlich ein ausreichendes Sümmchen für die nötigen Weihnachtsausgaben zu verschaffen. Dennoch empfindet man deutlich die Wesensverwandtschaft der beiden Konsumentenorganisationen.»

Bezeichnend dafür, welche Bedeutung man vor allem einer richtigen geistigen Einstellung zur Genossenschaft und einer charakterfesten und treuen Mitgliedschaft beimass, ist folgender Ausschnitt:

Die Ausübung einer strikten Disziplin wurde schon von allem Anfang des Vereins hochgehalten, worüber einige Einzelfälle Aufschluss geben können. 1863 wird ein Mitglied ausgeschlossen, «wegen Nichtkaufens im Konsum», obwohl es Arbeitslosigkeit als Grund davon angibt. Denn «essen müssen wir alle». 1864 wird ein anderer hinausgeworfen wegen «unanständigen Betragens». Er war beim Einkassieren der Wochensteuerbeträge betrunken zu den Mitgliedern gekommen. In demselben Jahre wird einer ertappt, dass er zwei Blätter seines Quittungsbüchlein, auf denen geliehenes Geld eingetragen war, zusammengeklebt: er fliegt sofort, obwohl an Betrug kaum zu denken ist. 1864 wird selbst auf das Herumtragen von Klatschereien beim Steuerkassieren der Ausschluss angedroht. 1865 zieht ein gewisser Geithner um und versäumt mehrere Wochen lang, die neue Adresse anzugeben. Da er infolgedessen «nicht kassierbar», wird er ebenfalls kurzerhand ausgeschlossen. In demselben Jahre hat Heine seinen Sohn für ein anderes Mitglied gegen eine Geldentschädigung kassieren gehen lassen — Strafe: Ausschluss. Ebenfalls 1865 wird einer «wegen unziemlichen Betragens beim Stiftungsfest» hinausgetan. 1866 einer, weil er (Anlass wird nicht untersucht, jedenfalls nicht angegeben) vier Monate Gefängnis erhalten, denn wir wollen unbestrafte Mitglieder». 1869 erfolgt ein Ausschluss, weil der Betreffende «heuer schon das zweite Mal nicht kassieren gegangen». 1870, kurz nach dem 25jährigen Stiftungsfest, trifft selbst den Festredner dieselbe Strafe «wegen unerlaubter Handlungen beim Verkauf». 1871 Ausschluss von X. Y., und zwar auf frischer Tat, als er in einer Versammlung den Vorstand ohne Beweis der Mogelei beschuldigt. Seit 1873 erfolgen dann die Ausschliessungen wieder hauptsächlich wegen Nichtbeteiligung am «Konsum».

1920 feierte die «Ermunterung» ihr 75jähriges Bestehen. Die Zeit und die Geschichte sind über die «Ermunterung» hinweggegangen. Viele Konsumgenossenschafter wissen überhaupt nichts von dem Bestehen derselben. Die Beschränkung der Mitgliederzahl, des Alters und des Wohnbereichs wie auch die Ablehnung jeder Verbindung mit gleichen Organisationen bedeutete eine absichtliche Isolierung. Die «Ermunterung» führt ihr zwergenhaftes verborgenes Dasein genau wie bei der Gründung noch heute in dem Hinterhause im Hofe der Maxstrasse Nummer 4 in Chemnitz. Fast kann man sich des Eindrucks beim Besuch dieser historischen Stätte nicht erwehren, als stände man vor dem ersten Lokal der «Redlichen Pioniere» in der Krötengasse in Rochdale in England. Eiserne verrostete Fenstergitter, die verrusste Fassade des Hinterhauses, die Gerümpelecken vor den vergitterten Fenstern und auch sein dunkler Eingang, alles das mutet an wie ein Stück gegenwärtige Vergangenheit. Dort jedoch ist das «Alte» die Hülle, aus der eine imponierende Entwicklung hervorging, hier ist es die graue Schale einer tauben Nuss. Deshalb ist die «Ermunterung» nur ein «Vorläufer» der modernen Konsumgenossenschaftsbewegung, nie aber ihr Bahnbrecher gewesen.

Da die «Ermunterung» ihre Mitgliederzahl beschränkt hatte, gründeten Arbeiter und Angestellte aus der Aktienspinnerei in Chemnitz im Jahre 1866 den Allgemeinen Konsumverein für Chemnitz und Umgegend, der neben seiner kleinen Bruderorganisation rasch zu einer Hauptstütze der sächsischen Konsumgenossenschaftsbewegung emporwuchs.

Die sächsische Konsumgenossenschaftsbewegung hatte in der Vor- und Nachkriegszeit noch manche Stürme durchzumachen. Der heroische Kampf gegen eine rigorose Umsatzsteuer als Ausnahmesteuer gegen die Konsumgenossenschaften bleibt auf immer eine geschichtliche Denkwürdigkeit der Bewegung in Sachsen. Im Jahre 1930 waren dem Verbande sächsischer Konsumvereine 100 Konsumgenossenschaften angeschlossen. Die Zahl der Mitglieder betrug über 390,000, und der Umsatz belief sich auf RM. 210,383,000.

Die sächsische Konsumgenossenschaftsbewegung nimmt heute einen sehr wichtigen Platz in der deutschen Bewegung ein. Ihrer Aufgabe, Kämpferin für die ganze Bewegung zu sein, ist sie bis heute treu geblieben.

Wiedereinführung des freien Handels in Sowjetrussland.

Von Paul Olberg (Berlin).

Nach der Verordnung vom 6. Mai 1932, die die Getreideablieferung der Kolchosen an den Staat einschränkte und den Landwirten nach Erfüllung ihrer Verpflichtungen dem Staat gegenüber den freien Absatz ihrer Erzeugnisse gewährte, hat der Rat der Volkskommissäre und das Zentralkomitee der Kommunistischen Partei der Sowjetunion am 10. Mai eine neue Verordnung erlassen, die den ursprünglichen Plan der Vieh- und Fleischbereitstellung um die Hälfte ermässigt und zugleich mit dieser Vergünstigung den Bauern das «Recht der Schlachtung ihres Viehs sowohl für den Eigenverbrauch als auch für den Verkauf», sowie das Recht des «ungehinderten Verkaufs von Vieh und Fleischprodukten auf den Märkten und durch die Verkaufsstellen der Kolchosen» gewährt. Den Ortsbehörden wird vorgeschrieben, den Kolchosbauern und den Einzelwirtschaften keine Hindernisse auf diesem Gebiete entstehen zu lassen. Durch eine Verordnung des Zentralexekutivkomitees und des Rates der Volkskommissare der Sowjetunion vom 20. Mai wird der freie Handel mit landwirtschaftlichen Erzeugnissen im Sinne privatkapitalistischer Grundsätze erweitert und geregelt. Die Verordnung setzt fest:

«Es werden aufgehoben sämtliche bestehenden Steuern und Abgaben sowohl gesamtstaatlicher als auch örtlicher Natur, die vom Verkauf der Erzeugnisse der landwirtschaftlichen Produktion (Brot, Fleisch, Geflügel, Eier, Molkereiprodukte, Gemüse, Obst usw.) durch die Kolchosen, Kolchos-Mitglieder und selbständigen wirtschaftlichen Bauern auf Märkten, an offenen Strassenplätzen, Eisenbahnstationen und Häfen erhoben werden.»

Den Behörden wird gestattet nur die Erhebung einer geringen Ortsgebühr zur Deckung der Unkosten zur Instandhaltung der Märkte, wobei der standfreie Handel mit Geflügel, Eiern, Milch, Butter und Käse auch von dieser Gebühr befreit ist. Den lokalen Staatsorganen werden fernerhin vorgeschrieben, «die Pachtzinsen für die Verkaufsstände, Läden und offenen Geschäfte der Kolchosen so weit wie möglich herunterzusetzen». Ausserdem wird angeordnet, dass «die Einnahmen der Kolchosen und Kolchosmitglieder aus dem offenen Marktverkauf der Produkte ihrer landwirtschaftlichen Produktion mit der Landwirtschaftssteuer nicht belegt» werden sollen. Hingegen sollen die Handelserträgnisse der einzelnen Bauernwirtschaften zur Landwirtschaftssteuer herangezogen werden, wobei aber die Steuer nicht mehr als 30 Prozent (!) des Ertrages ausmachen darf. Für die Verkaufsstände, Marktgeschäfte und Läden der Kolchosen soll die Umsatzsteuer auf 3 Prozent des Bruttoumsatzes ermässigt werden. Im allgemeinen sollen die Verkaufsstellen der Kolchosorganisationen die gleichen steuerlichen Vergünstigungen geniessen wie die Genossenschaften. Hervorgehoben werden muss die neue Bestimmung über die Preisregelung. Es heisst darin, dass die Kolchosen, Kolchosmitglieder und einzelne Bauernwirtschaften für ihre Produkte die Preise des freien Marktes erheben dürfen, während sich die Kolchosorganisationen an die mittleren Kommerzpreise des staatlichen Handels zu halten haben. Aus innerpolitischen Motiven, um den neuen Nep-Kurs zu verschleiern, wird neben den angeführten Vergünstigungen an die landwirtschaftlichen Produzenten verkündet, dass «die Eröffnung von Geschäften und Läden durch private Händler nicht zu dulden ist und Aufkäufer und Spekulanten, die sich auf Kosten der Arbeiter und Bauern einen Verdienst verschaffen wollen, mit allen Mitteln ausgerottet werden sollen.» In der Praxis dürfte diese Bestimmung keine Rolle spielen. Denn der freie Privathandel existiert bereits de facto und wird unter den neuen Verhältnissen nicht ausgeschaltet werden können.

Die neuen Sowjetverordnungen bedeuten vor allem einen weiteren gewaltigen Durchbruch der Aufgaben des Fünfjahrplans. Insofern sind sie zugleich als eine Kapitulation der «Generallinie» Stalins zu bewerten, die auf die weitestgehende «Sozialisierung» sämtlicher Wirtschaftszweige hinauszielte. Denn die Folgen der rasenden Sozialisierungsexperimente auf dem flachen Lande sind katastrophal. Nach authentischen Berichten aus der Sowjetunion, speziell nach Aussagen sachkundiger Personen, die in den letzten Monaten in Russland Studienreisen machten, soll der wirtschaftlich trostlose und politisch bedrohliche Zustand der ländlichen Kollektivwirtschaften dem Kreml die grössten Sorgen bereiten. Unglaublich niedrige Produktion, Zerfahrenheit der Verwaltung, Weigerung der Getreideablieferung an den Staat — das sollen die charakteristischen Erscheinungen der «sozialisierten» Landwirtschaft sein. Dazu gesellt sich die feindliche Haltung der bäuerlichen Einzelwirtschaften gegenüber der Staatsgewalt. Sehr beachtenswerte Mitteilungen über die gegenwärtige Lage des Dorfes macht in seinem letzten Bericht der Moskauer Korrespondent der «Vossischen Zeitung», Wilm Stein. Er schildert («V. Z.» vom 27. Mai) die Hungersnot der Bauern in Russlands Kornkammer-Ukraine, wie sie das letzte ihrer Habe verkaufen, um Brot auftreiben zu können, und bemerkt:

«Kreuz und quer durch die Ukraine, durch die reiche, blühende «Kornkammer Russlands», durch das Land des herrlichen, fruchtbaren Steppenbodens, durch das Land der meilenweiten Weizenfelder — hier und heute wieder trägt der Bauer, wie immer in Russland, die Kosten für alle Fehler, die am grünen Tisch entstehen, für alle Missgriffe, die weiter unten im Verwaltungsapparat gemacht werden und vernünftige Theorien in unvernünftige Praxis verwandeln.

Die Ukraine, Russlands reichstes und sattestes Land, ist hart am Hungern. Keine Heuschreckenschwärme, keine höllische Dürre, keine Missernte, kein Krieg und keine Pest haben einen guten Teil ukrainischer Bauern so weit gebracht, sondern das überstürzte Tempo der Sozialisierung der Landwirtschaft und mehr noch das Versagen der untersten Partei- und Amtsstellen auf dem flachen Lande, die allzu mechanisch und allzu beflissen ihre «Direktiven» durchführten, die mit radikalen Phrasen eine Zwangslösung für Probleme schufen, deren Lösung viel wirtschaftliches Können und viel psychologisches Verständnis erfordern.»

Ueber die zunehmenden Entbehrungen der städtischen Bevölkerung, namentlich der Industriearbeiter, in den letzten Monaten bringt die «Prawda» mehrere Berichte. Einige Beispiele seien hier wiedergegeben. In der Nummer des Blattes vom 30. April wird u. a. wie folgt mitgeteilt:

«Das Donezbecken hat die Phase der akuten Ernährungsschwierigkeiten im grossen und ganzen überwunden. Akute Stockungen in der Brotversorgung, die im Februar zu verzeichnen gewesen sind, sind beseitigt. Aber die verbrecherische Döskopfigkeit der Genossenschaftler führt zu unzulässigen Verzögerungen in der Belieferung einzelner Bezirke. Eine sorgenvolle Frage ist die Brotausgabe für die ausgefallenen Ausgabetage. Die schlechte Arbeit der Genossenschaften, die es nicht fertig bringen, den Brotverkauf zu organisieren (daher Schlangestehen, unregelmässige Lieferung) führt dazu, dass viele Arbeiter ihre Brotration nicht am Fälligkeitstage bekommen können, und am nächsten Tag ist die verfallene Brotmarke bereits ungültig. Das führt zur Häufung der Arbeitsversäumnisse, schafft verschiedene Redereien, die auf die Stimmung der Arbeiter einwirken.»

Dasselbe Organ der regierenden Partei berichtet am 17. Mai aus dem Arbeiterleben in den Autowerken bei Nishni-Nowgorod:

«Der Werkkonsum arbeitet unbefriedigend. Man muss Schlange stehen. Die genossenschaftlichen Eigenbetriebe werden von niemandem richtig verwaltet. Daher kommt es, dass viele Arbeiter der Auto-Werke kein Gemüse bekommen. Das Sommertheater ist nicht fertiggebaut (es fehlen elektrische Leitungen und andere Details). Es gibt nur wenig Kultureinrichtungen. Die gewaltige Masse der Arbeiter, die in der sozialistischen Stadt wohnen, ist gezwungen, ihre Abende ohne jeden Inhalt zu verbringen. Man weiss nicht, wo man hingehen soll. Die abnormen Lebensbedingungen, die schlechte

öffentliche Speisung, das Schlangestehen in den Kantinen, die minderwertige und teils verdorbene Nahrung erzeugen eine grosse Fluktuation.»

So sind die neuen Agrar- und Handelsdekrete der russischen Regierung im wahren Sinne des Wortes Notverordnungen, indem sie unter dem Druck der äussersten Entbehrungen der Bevölkerung in der Stadt und auf dem flachen Lande erlassen worden sind. Dabei — das kann keinem Zweifel unterliegen — haben nicht nur «innerpolitische Motive, sondern auch aussenpolitische den Kreml veranlasst, «liberale Reformen» in Angriff zu nehmen: die drohende Kriegsgefahr im Fernen Osten zwang die Machthaber, der Bauernschaft Zugeständnisse zu machen.

Nun sind die Bauern in der Lage, ihre Produkte frei abzusetzen. Werden sie aber für ihr Geld Industrieartikel bekommen können? Diese Frage wird der Sowjetregierung neue ungeheure Schwierigkeiten bereiten. Denn unter dem sogenannten Fünfjahrplan stand die Erzeugung von Artikeln des Massenbedarfs im Hintergrund zugunsten der Produktionsmittel. Die verhängnisvollen Fehler des «Plans» werden sich nicht leicht wiedergutmachen lassen.

* * *

Eine eigenartige Rolle wird unter der neuen Aera des freien Handels den Genossenschaften auferlegt. Durch eine Entschliessung des Präsidiums des Zentrosojus vom 25. Mai werden die leitenden Organe der Genossenschaftsorganisationen verpflichtet, den Kolchosen und den Einzelbauern bei der Organisation des Handels umfassende organisatorisch-wirtschaftliche Hilfe zu leisten. Zu diesem Zweck haben die Genossenschaften Instrukteure zu liefern, den Verkauf zu organisieren, Plätze für Märkte und Stände zu besorgen, günstige Handelsbedingungen zu schaffen, den eigenen Genossenschaftsabsatz herzustellen usw. Somit werden die Genossenschaften offiziell in den Dienst des Handels nach privatkapitalistischen Methoden gestellt. Bekanntlich werden die sozialen Ideen der Sowjetgenossenschaften seit Jahr und Tag schweren Prüfungen ausgesetzt. Je mehr aber sie als Versorgungsorgane versagen, desto mehr nehmen sie unverschleiert privatkapitalistische Formen an.



Warenhaus-Sorgen.

Unter diesem Titel bringt die «Frankfurter Zeitung» im Zusammenhang mit den neuesten Veröffentlichungen über das Karstadt-Unternehmen einige allgemeine Bemerkungen über die Lage deutscher Warenhäuser. Bekanntlich hat die Karstadt A.-G. einen neuen Verlust in dem gewaltigen Ausmasse von 34 Millionen RM. erlitten. Dies bedeutet für viele Gläubiger ansehnliche Opfer. Worin diese bestehen werden, bleibt abzuwarten, zunächst wohl in einem Zurücktreten hinter einen Kredit der Akzeptbank von RM. 25 Mill., der Glattstellungen erlauben und darüber hinaus die Rückkehr zum Kassaeinkauf ermöglichen soll.

Nicht allein diese zweite Tendenz der neuen Kreditaufnahme, sondern mehr fast noch die Mitteilung, dass in den 5 Monaten Februar bis Juni der wertmässige Rückgang im Karstadt-Umsatz 20 % gegenüber der Vergleichszeit des Vorjahres betragen habe und dass dieser Umsatzrückgang sich im Rahmen des allgemeinen Rückgangs in der Branche halte, lenkt das Augenmerk auf die Situation im Warenhausgewerbe überhaupt. Es scheint, dass sich in ihm erst jetzt der Kaufkraftrückgang mit voller Schärfe bemerkbar macht. Denn obschon die Zahl der Umsätze da und dort die gleiche geblieben ist (bei Karstadt 1931/32: 133 Mill. Kassenzettel), obschon also das Fallen der Gesamtumsatzwerte aufs engste mit einem Preisabstieg und mit einem Uebergang zu geringeren Qualitäten und geringeren Mengen zusammenhängen mag, so sind doch gerade die Handreichungen im Einzelverkauf bei niedrigen Kassenzettelbeträgen fast dieselben wie bei hochstelligen Ziffern. Das bedeutet für die Ertragsfrage, dass der Unkostenprozentsatz noch unter Berücksichtigung eines eingetretenen Lohndrucks steigen wird, soweit nicht eine Anpassung möglich ist, wie das nach dem Bericht eines Kölner Konzerns dort weitgehend der Fall war. Auf die Dauer wird das freilich kaum voll gelingen, und die Ueberschussaussichten werden wahrscheinlich selbst da schlechter, wo im letzten Kalender- oder Geschäftsjahr noch erheblicher Reingewinn erzielt wurde, wie beispielsweise bei einem grossen berlinischen und ausserberlinischen Warenhaus für Volkskonsum, das zuletzt noch mit mehreren Millionen Reingewinn abgeschlossen haben soll.

Sinken aber die Gewinne bei den Kaufhäusern des Volks, wieviel mehr bei denen der eleganteren Stufe. Zur Gegenwehr haben solche Betriebe — und auch hier wieder ist ein Berliner Grossobjekt der Prototyp — zwar nicht ganze Abteilungen, aber ganze Etagenteile einfach geschlossen, genau wie die Berliner Grossgaststätten ihr Geschäft in immer weniger Häusern unter Stillegung der andern zu führen suchen, und wie auch in den Hotelkomplexen eine ökonomischere Zusammenfassung, z. T. sogar als dringendste Notwendigkeit, erwogen wird. Es mag sein, dass ein Warenhaus in geordneter Gesamtsituation, frei von drückenden Bankschulden und finanziell fähig zur Ausnutzung konjunkturmässig günstiger Einkaufsgelegenheiten, über die Krise noch sehr kräftig hinwegkommt. Aber dieser freien und unbeengten Lage erfreuen sich wenige, und unter den beengteren sind gerade solche, die in den letzten Jahren noch mit starker Schuldenerhöhung kostspielige Grosshäuser errichtet haben; wir erinnern an Neukölln (Karstadt), erwähnen auch Neubauten in Breslau, in teuerer Stadtgegend usw. Es gibt auch Fälle, wo die Verwaltungen aus der Zeit der Uebergewinne und des scheinbaren Tiefstands der Immobilienpreise sich auf Vorrat oder in der Fiktion einer wertfesten Anlage weit über den nächsten übersehbaren Bedarf hinaus «mit Grundstücken eingedeckt» haben. Die Verführung dazu leitete sich z. T. vielleicht, wie in der Bellevuestrasse-Berlin, aus dem ausserordentlichen Zins-Ersparnis-Geschäft ab, das viele Warenhäuser durch die Aufwertung an ihren Vorkriegs-Pfandbriefhypotheken gemacht haben. Die anfänglich im Wiederaufbau sich unter solchen Umständen besonders bewährende Institution und earning power des Warenhauses ermunterte dazu, Ueberschüsse wiederum in Immobilien zum Zwecke künftiger Erweiterungen anzulegen. Inzwischen ist aber die allgemeine Verschlechterung des Marktes für Geschäfts- und Wohnhäuser als Störung dazwischengekommen, verschärft durch die Notverordnung über erleichterte oder beschleunigte Kündigung von Mietverträgen, und nunmehr erweisen sich die ausgedehnten Vorratskäufe z. T. im Westen, z. T. in der City Berlins — wohl nur in Berlin wurde eine spekulative Immobilisa-

tionspolitik von diesem Ausmass getrieben — diese umfänglichen, fast völlig betriebsfremden Objekte und Läden schon allein durch ihre Steuern, Unkosten und durch den Zinsentgang als eine äusserst drückende Last. Solche Ausgaben und Einnahmenausfälle (Mieten) drücken besonders dann, wenn nennenswerte Bankkredite auf der anderen Seite stehen, und es ist kein Geheimnis, dass diese Situation an mehreren Stellen mit teilweise äusserst stattlichen Ziffern anzutreffen ist. Vereinzelt sind ja auch Geschäfte mit dem Warenhaus verbunden, die, wie die Bank- und Spareinlagen-Verwaltung, nun wirklich nicht notwendigerweise herangezogen werden mussten zur Vervollständigung des Geschäftskreises, und die überdies jetzt eine besondere Liquiditätsvorsorge erheischen, die schwer aufrechtzuerhalten gewesen sein mag.

Wo der Betrieb trotz aller konjunkturellen Einflüsse und auch trotz des Einflusses von neuen Vertriebsformen mit ihren vielgestaltigen Auswirkungen (Einheitspreis-Geschäfte, Lebensmittelvertrieb ab Farm) noch mit Ueberschüssen arbeitet, wird wohl nicht mit Unrecht gehofft, dass auch ohne eine Klärung im engsten Kreise die neue Basis für die Weiterführung gefunden werden kann. Wie schwer das freilich ist und wie dabei im Einzelfalle auch die Debitorenkonten der Banken berührt werden, das zeigt der Fall Karstadt; er wird die Banken lehren, anderweitige Vorkehrungen zu treffen, damit derartige Situationen wie beim Hamburger Konzern sich nicht erst einstellen, zumal nicht in jenen Ziffern. Er war durch besondere Uebertreibungen, auch durch Mängel in der Leitung (die gerade jetzt wieder eine teilweise Aenderung zu erfahren scheint) mehr als erträglich kompliziert worden.

Es ist merkwürdig, wie ungleichmässig gerade die Erfolgslinie von Unternehmern verläuft, die in ihren Anfängen ungemein produktiv und lukrativ arbeiteten. Von einer gewissen Entwicklungshöhe ab werden die einen zu konservativ, die anderen zu expansiv, empfangen die einen Rückschläge einer vermeintlichen Uebervorsicht, und büssen schon die anderen ihren geradezu grandiosen Schaffensdrang. Auch in einem der Zeitrichtung so entsprechenden Handelsgeschäft wie dem Warenhaus sind die Fälle in der Minderzahl, in denen die goldene Mitte so innegehalten wird, dass in Zeiten der Absatzstokkung beides zugleich richtig zu meistern wäre: die Anpassung an geographisch und soziologisch veränderte Absatzgelegenheiten und die Konservierung einer den Einkauf in der Krise ganz besonders begünstigenden Liquidität.



Der Edeka-Verband im Jahre 1931.

Der Edeka-Verband ist die genossenschaftliche Zentralorganisation des deutschen Kolonialwaren-, Feinkost- und Lebensmittelhandels. Es sind in ihm 30,000 Einzelkaufleute in 435 Edeka-Genossenschaften vereinigt. Dem Wortlaut des Berichtes nach zu urteilen, folgen diese Genossenschaften genossenschaftlichen Prinzipien. Wir lesen:

«Man wird der Form des genossenschaftlichen Zusammenschlusses und ihren mannigfachen wirtschaftlichen Aeusserungen vollstes Verständnis dann entgegenbringen, wenn man stets dem Umstande Rechnung trägt, dass die Genossenschaften keine kapitalistischen Gebilde mit kapitalistischem Ziele sind, sondern Personenvereinigungen, die Selbsthilfe betreiben sollen und wollen. Für die Durchführung ihrer wirtschaftlichen Zwecke brauchen sie allerdings auch Kapital, nur mit dem Unterschied, dass das Kapital nicht Endzweck, sondern nur Mittel zum Zweck ist. Genossenschaften sind nicht organisierte Kapitalien, sondern organisierte Personen.»

Trotz dieser sehr erfreulichen Erkenntnis wahrer genossenschaftlicher Grundsätze darf man doch nicht vergessen, dass hinter diesen Genossenschaften Tausende von Einzelkaufleuten stehen, denen schliesslich doch wieder das private Gewinnprinzip Leitmotiv ihres Handels und Handelns ist. Der Edeka-Verband ist eine typische Mittelstandsorganisation mit grossen Aehnlichkeiten mit dem organisatorischen Aufbau der Konsumgenossenschaftsbewegung, mit dem ausschlaggebenden Unterschiede jedoch, dass nicht die einzelnen Konsumenten, sondern die selbständigen Kaufleute des Kolonialwaren-, Feinkost- und Lebensmitteleinzelhandels, die sich zum Zweck des gemeinschaftlichen Einkaufes zu einer Einkaufsgenossenschaft zusammengeschlossen haben, die Grundlage bilden.

Ende des Jahres 1931 waren dem Verbande 426 Genossenschaften angeschlossen. Absolut bedeutet dies eine Zunahme von 9 Genossenschaften. Bei den 422 berichtenden Genossenschaften ist der Umsatz gegenüber dem Vorjahre um 1 Million Mark auf rund RM. 266,942,000 gestiegen. Auch die Umsätze der örtlichen Genossenschaften mit der Edekazentrale ergeben eine Erhöhung um fast 1 Million auf RM. 144,051,000, das sind 53,9% der Totalumsätze.

Der Durchschnittsumsatz pro Genossenschaft betrug RM. 633,000, was pro Mitglied RM. 10,000 ergibt.

Das Eigenvermögen belief sich Ende 1930 auf RM. 21,496,000 und das Fremdvermögen auf RM. 49,793,000, davon Spareinlagen RM. 21,320,000.

Eine interessante und gewiss auch sehr nützliche Einrichtung ist die Spar- und Arbeitsgemeinschaft der Jungkaufleute des deutschen Kolonialwaren- und Feinkost-Einzelhandels, die ihre Mitglieder durch gemeinsames Sparen und berufliche Fortbildung für ihre spätere Selbständigmachung erziehen und fähig machen will. Sie umfasste am 1. April 1932 in 59 Ortsgruppen 2230 ordentliche und 430 fördernde Mitglieder. Bis zum Berichtstage wurden 1000 Sparverträge mit einem monatlichen Geldeingang von zirka RM. 8000.— abgeschlossen. Im Sparfonds befinden sich zurzeit etwa RM. 95,000.—.

An Revisionen wurden 1931 333 vorgenommen. Der Bericht sagt, dass unter den Revisionsberichten eine grosse Anzahl einen hervorragenden Befund aufweisen. Das Geheimnis der Erfolge liegt nur in der gewissenhaften Befolgung der Grundsätze vernünftiger Geschäftspolitik; diese sind hauptsächlich:

Ausreichende Finanzierung,
schärfste Zurückhaltung in der Aufnahme und Gewährung von Krediten,
niedrige Lagerhaltung,
möglichste Beschleunigung des Lagerumschlages,
möglichst restlose Erfassung des Gesamtbedarfs der Mitglieder durch wöchentliche Einkaufssitzungen,
Vermeidung jeglicher spekulativer Experimente,
streng genossenschaftliche Einstellung der Mitglieder,
Vermeidung der Belieferung von Nichtmitgliedern,

Verwendung kurzfristiger Kredite für nur kurzfristige Zwecke,
Schaffung langfristigen Kapitals für langfristige Anlagewerte,
Ausnutzung des Lieferantendiskonts durch strikte Anwendung des Barzahlungsprinzips.

Wie oben sehen wir auch hier wieder die Vertretung genossenschaftlicher Prinzipien. Man sollte deshalb annehmen dürfen, dass bei den Edekagenossenschaften ein grosses Verständnis für die deutsche Konsumgenossenschaftsbewegung bestehen würde. Leider muss unsere deutsche Schwesterorganisation gerade von Seiten des Mittelstandes, aus dessen Kreisen sich ja der Edeka-Verband rekrutiert, Angriffe erfahren, die alles weniger als genossenschaftlich sind. Der Edeka-Verband würde sich gewiss grosse Verdienste erwerben, wenn er sich in dieser Hinsicht zur Herbeiführung gesünderer Verhältnisse verwenden würde.

Die Warengenossenschaften als Preisregulator.

Wir entnehmen den Blättern für Genossenschaftswesen:

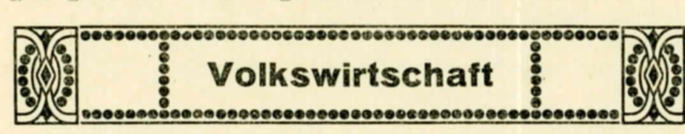
Man trifft immer noch Vertreter des Handwerks an, die der Ansicht sind, eine Warengenossenschaft sei ganz gut gewesen in den Zeiten der Inflation, der Zwangsbewirtschaftung und der Knappheit der Waren. Wie aber Genossenschaften, wenn sie richtig arbeiten, auch heute preisregulierend wirken, darauf weist erneut P. Tanz (Weimar) in Nr. 156 der «Bäcker- und Konditor-Tageszeitung» hin, indem er ausführt:

«Wo Genossenschaften bestehen, sind die Preise, vor allem beim Weizenmehl, oft 3 bis 6 RM. beim Doppelzentner billiger als in Bezirken, wo keine Genossenschaften, die als Preisregulator wirken können, bestehen.

Ferner ist aber auch die Beschaffenheit der Mehle, wo Genossenschaften bestehen, besser und gleichbleibender, als wenn die Bäcker zügellos von Mühlen und Händlern bedient werden. Das hat in erster Linie die Erfahrung gelehrt.

Zur Frage, ob die Genossenschaften dem Bäcker das Mehl verteuern, möchte ich bemerken, dass alle Mühlen und Händler und auch andere Grosskaufleute in ihrer Kalkulation einen Posten als Grosshändlerrabatt einsetzen. Der einzelne Bäckermeister kann also die Ware keinen Pfennig billiger erhalten; die Genossenschaft oder die Korperation bekommt aber diesen Grosshändlerrabatt, welcher natürlich jährlich auf Grund des Umsatzes des einzelnen Mitgliedes nach Abzug der Unkosten in Form von Warenrückvergütung zurückgezahlt werden muss.»

Was hier über den Mehlbezug gesagt ist, lässt sich auch für den Bezug anderer Bedarfsartikel für den Handwerksbetrieb überall dort nachweisen, wo gut geleitete Warengenossenschaften bestehen.



Volkswirtschaft

Handelsstatistik und Handelspolitik.

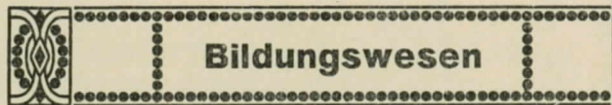
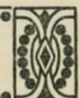
Für unseren Export sieht es noch immer himmeltraurig aus, denn die neueste Statistik für den Juli verzeichnet nur eine Wertsumme der exportierten Waren von 58,7 Millionen Franken gegen noch 109,6 Millionen im vorjährigen Juli. Unsere Handelsstatistik erfasst zwar nicht alle Werte, die über die Grenze gehen und man hat auch Ursache zu vermuten, dass sie bei einigen Exportartikeln die Wertangabe eher unter als über dem realen Kaufpreis beziffert, aber der schwere Verfall unseres Exportes ist dennoch eine Tatsache, die auch die Mengenzahlen der Handelsstatistik eindrucksvoll sichtbar machen. So sinkt unser Maschinenexport von 39,600 Doppelzentnern im vorjährigen Juni auf 20,800 im diesjährigen, der Uhrenexport von 1,029,000 Stück auf 614,000 Stück, der Export von Baumwollwaren von 13,800 auf 5600, der von Seide und Seidenwaren von 8180 auf 4727, der Export von Konfektion von etwa 600 auf 232 Doppelzentner. Selbst unser Export von Farbwaren ist auf weniger als die Hälfte zusammengesunken. Ein Trost, freilich ein schlechter, ist es, dass anscheinend der Tiefpunkt des Exports erreicht ist, indem in den letzten drei Monaten die Exportsumme sich nicht wesentlich verringert hat.

Dagegen hat sich unsere bei Besprechung der vorigen Monatsstatistik ausgesprochene Vermutung bestätigt, dass die Einfuhr noch weiter sinken werde. Die Einfuhr des Juli bleibt mit 132,4 Millionen gegen die Zahlen von Mai und Juni um etwa 12 Millionen zurück und gegen die Zahl des vorjährigen Juli sogar um 55 Millionen. Allerdings ist dieser Rückgang der Einfuhr zum grossen Teil auch eine Folge der Preissenkung. Wir haben im Juli dieses Jahres beispielsweise noch eine Kleinigkeit mehr Weizen eingeführt, als im vorjährigen Juli, haben dafür aber über eine Million Franken weniger bezahlt. Für die eingeführte Rohbaumwolle hatten wir im vorjährigen Juli noch 150 Franken, im diesjährigen weniger als hundert Franken pro Doppelzentner zu zahlen. Aehnliche Preisabschläge notiert die Statistik für Seide. Wolle, Kautschuk, Eisen. Beim Kupfer kostet dieselbe Einfuhrmenge ungefähr sechzig Prozent des vorjährigen Preises. Aehnlich geht es auch mit Blei, Zink und Zinn, und nur beim Nickel scheint das Weltkartell die Preise halten zu können.

Wir werden freilich damit rechnen müssen, dass ein bis zum Aeussersten getriebener Schutz der heimischen Produktion uns im Auslande viele Feinde schaffen wird. In früheren Zeiten, als diese Zollbelastung gewöhnlich einige wenige Prozente des Warenwertes nicht überstieg, und der Verkehr zwischen den Ländern dadurch nicht sonderlich gehemmt wurde, haben sich die Völker aus den Zolltarifen nicht viel gemacht. Kommt es aber so weit, dass ganze Industrien oder wenigstens bedeutende Unternehmen im Nachbarlande durch den plötzlichen Wechsel der Zollpolitik ruiniert werden, dann wird die Zollpolitik das Verhalten der Völker zu einander in schlimmer Weise vergiften.

Eine Erfahrung dieser Art macht auch Deutschland, das die Freundschaft seiner nordischen Nachbarn den agrarischen Schutzzollwünschen geopfert hat. Finnland, das nach dem Kriege sehr deutschfreundlich gestimmt war, hat sich infolge der Erhöhung der deutschen Butterzölle gänzlich von Deutschland abgewandt, und nicht viel anders geht es Deutschland mit Schweden, Dänemark und Holland. Die Bewegung ist so stark, dass deutsche Firmen in diesen Ländern meistens nicht mehr zu öffentlichen Submissionen zugelassen werden und die deutsche Industrie ein ganz merkliches Nachlassen der Kaufwilligkeit verspürt. Der Export Deutschlands nach diesen Ländern ist sogar stärker gesunken als nach dem heute so stark mit Zöllen geschützten England.

Die deutsche Industrie bombardiert jetzt die deutsche Reichsregierung mit Eingaben über Eingaben, sie mögen doch um Himmelswillen den Schutzzollwünschen der Agrarier nicht noch weiter nachgeben, damit dem deutschen Export nicht auch noch die letzten guten Märkte verloren gehen. Ob es ihr helfen wird, darf man bezweifeln. Die Geister, die sie mit ihrer vormals hochschutzzöllnerischen Politik gerufen hat, sind nicht mehr so leicht zu bannen. Der wilde Nationalismus, der heute in Deutschland Trumpf ist, tendiert naturgemäss zur völligen Unterdrückung der ausländischen Konkurrenz und wird wahrscheinlich erst durch schmerzliche Erfahrungen von seinen Irrtümern geheilt werden.

Bildungswesen

Die zwölfte Internationale Genossenschaftsschule.

Am 16. Juli schloss die internationale Genossenschaftsschule zu Prag eine mit wichtigen Studien und interessanten Besichtigungen ausgefüllte Arbeitszeit von 14 Tagen ab. Die Gesamtzahl der Studenten betrug etwa 80 und war nur wenig geringer als im Vorjahre, und dies trotz der Wirtschaftsdepression und den Reiserestriktionen. Die 15 vertretenen Länder waren: Oesterreich, Belgien, Bulgarien, die Tschechoslowakei, Dänemark, Finnland, Frankreich, Grossbritannien, Ungarn, Litauen, Polen, Rumänien, Spanien, Schweden, Jugoslavien. Alle Studenten waren von ihren nationalen Organisationen ernannt worden, und die grosse Mehrzahl beteiligte sich während zwei vollen Wochen am Kursus.

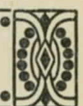
Die Studenten wurden bei der Eröffnung der Schule am 2. Juli von Vaïnö Tanner, dem Präsidenten, und Herrn H. J. May, dem Generalsekretär des I. G. B., und von Herrn Emil Lustig und Anton Dietl, den Vertretern der tschechischen und deutschen Genossenschaftsorganisationen in der Tschechoslowakei, begrüsst. Herr Tanner erklärte, dass die genossenschaftliche Fortbildung nicht allein in der Aufklärung der Mitglieder über den Wert der Genossenschaftsidee besteht, sondern auch in der Ausbildung zu Genossenschaftsbeamten, damit sie sich ihrer Ziele und Aufgaben bewusst werden.

Herr H. J. May erklärte, dass in den letzten Jahren das Wort «Sommer» aus dem Namen der Schule ausgelassen worden sei, weil der I. G. B. gehofft habe, in absehbarer Zeit Schulen während des ganzen Jahres abzuhalten, oder, mit andern Worten, ein permanentes Erziehungsinstitut aufzubauen. Der Zweck der Schule sei nicht, einfach das Wissen der Studenten zu vermehren, sondern einen Geist der Kameradschaft und Brüderlichkeit unter ihnen zu bilden.

Die Arbeit der Schule wurde am Sonntag, den 3. Juli, mit Herrn H. J. Mays Vortrag über «Die Rochdaler Prinzipien des Genossenschaftswesens» begonnen; hieran schloss sich eine ausführliche Diskussion, wobei die gegnerischen Auffassungen über die Warenabgabe an Nichtmitglieder, politische und konfessionelle Neutralität, der Handel gegen Barzahlung und der Kredithandel und demokratische Verwaltung von den Studenten durch Fragen berührt wurden. Die anderen Vorträge der ersten Woche behandelten das Genossenschaftswesen in der Tschechoslowakei sowie in einer Reihe nordöstlicher und südöstlicher europäischer Staaten. Die Arbeit der zweiten Woche wurde eröffnet mit einem Vortrag des Senators Modrecek über die Bedeutung und Probleme der Baugenossenschaften. Diesem folgte eine Vortragsreihe von vier Referaten unter dem Sammeltitel «Die Wirtschaft des internationalen Genossenschaftswesens». Ein Vortrag über das Leben und Wirken des verstorbenen Professors Charles Gide von Ernest Poisson, dem Vizepräsidenten des I. G. B., beschloss das Arbeitsprogramm der Schule.

Nicht zu den unbedeutendsten Merkmalen der Schule gehörten die für die Studenten in Prag und in verschiedenen Teilen Böhmens arrangierten Besichtigungen. Sie wurden somit in die Lage versetzt, die neue Margarinefabrik der Grosseinkaufsgesellschaft V. D. P. wie auch andere solche Werke in Liben mit all ihren modernen Anlagen und Ausrüstungen zu inspizieren, die gleich modernen Nahrungsmittelbetriebe in Neratowitz und die Kleider- und Schuhfabriken des G. E. C.-Verbandes in Böhmisch-Kamnitz; die Hauptbüros der tschechischen und deutschen Zentralorganisationen in Prag wie auch eine Reihe anderer Genossenschaftsunternehmen.

Der Abschiedsabend, an welchem dem Leiter der Schule sowie den tschechoslowakischen Nationalorganisationen namens der Studenten durch Herrn Dr. Josifovitch, Jugoslavien, der Dank ausgesprochen wurde, war ein in der Erinnerung fortwirkender Abschluss einer denkwürdigen Schule. Herr Emil Lustig und Herr Anton Dietl verabschiedeten die Schule; ersterer bemerkte, dass er wünsche, der I. G. B. und seine Studenten mögen beide vor dem Ablauf nicht allzulanger Jahre wieder nach Prag zurückkehren. I. G. B.

Genossenschafts-Chronik

England.

— Thomas Liddle tritt wegen Erreichung der Altersgrenze aus dem Direktorium der englischen Grosseinkaufsgesellschaft, dem er seit 1920 angehört hatte, aus. Im Jahre 1930 war er Präsident des Genossenschaftskongresses in York. Seine grossen Geschäftskenntnisse kamen ihm auf seinem Posten sehr zustatten.




Verbandsnachrichten

Haushaltungsbuch CO-OP

Den Verbandsvereinen diene anmit zur Kenntnis, dass bis heute über 100,000 Haushaltungsbücher «Co-op» für das Jahr 1933 fest in Auftrag gegeben worden sind.

Um die Haushaltungsbücher rechtzeitig herauszubringen, muss nunmehr in kürzester Frist die endgültige Auflage bestimmt werden. Wir möchten deshalb alle Verbandsvereine, die noch keine Bestellung des Haushaltungsbuches überwiesen haben, ersuchen, uns ihren festen Auftrag unverzüglich zu überschreiben. Jeder Verbandsverein wird gewiss in der Lage sein, eine bestimmte Anzahl Haushaltungsbücher unter seinen Mitgliedern abzusetzen. Aufträge, die erst nach dem Erscheinen des Haushaltungsbuches eingehen, können selbstverständlich nur solange Vorrat ausgeführt werden. Es liegt deshalb im Interesse jedes Vereins, sich heute noch eine

gewisse Anzahl zu sichern. Die bezüglichen Bestellungen sind bis **spätestens den 20. August 1932** der Verwaltungskommission zu überweisen.

Wir machen nochmals darauf aufmerksam, dass der Verband dieses Haushaltungsbuch zu einem Preis von 40 Rappen pro Exemplar abgibt. Zahlreiche Vereine haben beschlossen, das Buch den Mitgliedern gratis abzugeben, andere beabsichtigen, den Verkauf zu einem reduzierten Preise oder zu 50 Rappen zu übernehmen. Das Haushaltungsbuch «Co-op» für das Jahr 1933 bildet, in Anbetracht seines vielseitigen und für die Hausfrau nützlichen Inhalts, ein vorzügliches Propagandamittel für jeden Verein. Jedem Verbandsverein ist seinerzeit ein Probeexemplar zugesandt worden.

Es ist gewiss, dass das Haushaltungsbuch in den Hausfrauenkreisen grossen Anklang findet. Wir empfehlen deshalb den Verbandsvereinen, diese Gelegenheit zu benützen, durch möglichste Verbreitung des Haushaltungsbuches eine gute und lang andauernde Propaganda zu machen. Durch dieses Propagandamittel werden die Hausfrauen stetsfort an die Konsumgenossenschaft erinnert, was ja der eigentliche Zweck des Haushaltungsbuches sein soll.

Wir empfehlen den Vereinen, eventuell arbeitslose Mitglieder mit dem Vertrieb des Haushaltungsbuches zu betrauen, sofern dieses nicht gratis abgegeben werden soll. Für den Fall, dass für den Vertrieb ein Hausierpatent erforderlich ist, dürften die Vereine, in Rücksicht darauf dass sie mit diesem Haushaltungsbuch eine billige Propaganda betreiben können, die Taxe für das Hausierpatent übernehmen.

Wir richten somit nochmals an alle Verbandsvereine die Einladung, dieses gediegene Haushaltungsbuch, dem erzieherischer und propagandistischer Wert zukommt, in möglichst grossem Masse zur Verteilung zu bringen.

Das Urteil einer bekannten ausländischen Genossenschafterin über das Haushaltungsbuch «Co-op».

Frau Emmy Freundlich, Präsidentin des Internationalen genossenschaftlichen Frauenbundes, der wir auf Verlangen ein Exemplar des Haushaltungsbuch «Co-op» zusandten, lautet wie folgt:

«Mit herzlichstem Dank habe ich Ihr Haushaltungsbuch «Co-op» erhalten. Ich finde es ausgezeichnet und alle Frauen, denen ich es bis jetzt zeigen konnte, sind ebenso begeistert von dem Inhalt und der Ausstattung des Buches wie ich. Schade, dass es uns die wirtschaftlichen Verhältnisse nicht gestatten, ein ähnliches Buch herauszugeben. Aber der grösste Teil unserer Mitglieder wäre kaum imstande, es zu kaufen, und die Genossenschaften sind auch nicht in der Lage, ein so kostspieliges Buch zu verschenken. Aber jedenfalls ist es ein wertvolles Geschenk, das Sie den Schweizer Frauen mit der Herausgabe dieses Buches gemacht haben.»

Mögen auch die Verwaltungen und Vorstände aller Schweizer Konsumvereine erkennen, welch hoher erzieherischer und propagandistischer Wert dem Haushaltungsbuch «Co-op» zukommt und ihre Aufträge der Verwaltungskommission in den nächsten Tagen überschreiben.

Aus den Verhandlungen der Sitzung der Verwaltungskommission vom 12. und 16. August 1932.

Montag, den 15. August 1932, kann Herr **Hermann Zeller,** Prokurist des Departementes für Warenvermittlung des V. S. K. Basel, auf eine 25jährige Tätigkeit im Dienste des Verbandes zurückblicken.

Herr Zeller ist am 15. August 1907 als junger Commis in den Verbandsdienst getreten; nach wenigen Jahren wurde er als Adjunkt mit den Geschäften der Abteilung Eier, Fleischwaren, Fette und Oele betraut. Auf 1. Januar 1921 wurde er zum Prokuristen des Departementes für Warenvermittlung ernannt und seither wurde ihm auch die Leitung der Abteilung Fabrikationsartikel-Lebensmittel und die Oberleitung der Abteilung Brennmaterialien übertragen.

Es liegt der Verwaltungskommission daran, Herrn Zeller auch an dieser Stelle ihren herzlichsten Dank und die rückhaltlose Anerkennung auszusprechen für die grossen Dienste, die er während seiner 25jährigen pflichtgetreuen Tätigkeit dem V. S. K. und damit auch den Verbandsvereinen geleistet hat.

Der Jubilar hat sich des Vertrauens der Verbandsbehörden, das ihm an seinem überaus wichtigen Posten zukommt, in jeder Beziehung würdig erwiesen. Dank seiner gewissenhaften Einkaufstätigkeit und seiner tüchtigen initiativen Arbeitsweise, ist es ihm gelungen, die Abteilungen, die ihm seinerzeit anvertraut wurden, zu bedeutenden Geschäften auszubauen. Durch sein konziliantes Wesen ist es ihm insbesondere gelungen, das Vertrauen der Vereinsverwaltungen zu erwerben, was nicht zum mindesten zu der Jahr für Jahr zu verzeichnenden starken Umsatzsteigerung beigetragen hat.

Mit den herzlichsten Glückwünschen an Herrn Zeller für seine fruchtbringende Tätigkeit verbinden wir die angenehme Hoffnung, dass es ihm noch während vielen Jahren vergönnt sein möge, in bester Gesundheit seine wertvolle Arbeitskraft dem V. S. K. zur Verfügung zu stellen.

Dem verehrten Jubilaren wurde bei Anlass seines Jubiläums eine Gabe überreicht.

---

1. Der Konsumverein Rorbas hat nunmehr ebenfalls ein eigenes Telephon eingeführt. Anruf: Nr. 4038 Rorbas.

2. Dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jaeggi) sind folgende Zuwendungen gemacht worden:

Konsumgenossenschaft Baar-Cham	Fr. 250.—
Société coop. de consommation St-Maurice	» 100.—
Ungenannt	» 100.—

Diese Zuwendungen werden anmit bestens verdankt.



Noch steht die Weltwirtschaft im Zeichen der Absatz-Schrumpfung und der wachsenden Arbeitslosigkeit. Noch zeigt sich wenig Aussicht, einen gesunden, internationalen Austausch der Güter wieder herzustellen. Die rigorosen Schutzzölle bewirken eine fast kriegsmässige Absperrung der Märkte gegeneinander. Der Kampf um den Inlandsmarkt herrscht bei uns in einer noch nie dagewesenen Schärfe. Die Anstrengungen sind um so intensiver, je ausgeprägter die betreffende Branche auf den Export eingestellt und je grösser der prozentuale Anteil an der entsprechenden Produktion war.

Alle diese Erschwerungen beeinträchtigen in sehr hohem Masse den Export, welcher in der Schuhbranche für gewisse Betriebe bis zu zwei Dritteln der Gesamtproduktion ausmachte. Es ist deshalb naheliegend, dass solche Betriebe nichts unversucht lassen, ihre Produkte in der Schweiz in vermehrtem Masse abzusetzen. Es soll der angegliederten Detail-Verkaufsorganisation im abgelaufenen Jahre möglich gewesen sein, den Umsatz quantitativ zu steigern. Unser Streben muss speziell unter Berücksichtigung der gegenwärtigen Verhältnisse in der Branche dahin gerichtet sein : **Mehr Umsatz.**

Durch Herunterreissen der Qualität in der Massenfabrikation und durch scheinbar gebotene Vorteile bezüglich der Preise wird durch entsprechende Anzeigen und Inserate, Schaufensterausstellungen mit entsprechenden Schlagworten auf die gegenwärtige prekäre Lage der Massen spekuliert. Der Sachverständige kann sich des Eindruckes bald nicht mehr erwehren: Vernunft wird Unsinn.

Die Art der Werbung ist in der Schuhbranche um so leichter, indem heute weniger denn je der Qualitätsschuh von blossem Auge vom billigeren Schuh mit Bestimmtheit taxiert werden kann.

· Durch die Verschärfung des Wettbewerbes ist die Aenderung in der Reklamemethode eingetreten und hat Firmen mitgerissen, welche noch vor Jahresfrist sich geweigert hätten, Schuhe, welche dem Zwecke nicht entsprechen, zu führen und auch Reklame und Preispolitik, welche mit gutem Recht als ein Verstoss gegen gute Sitten im Geschäftsverkehr bezeichnet werden muss, mitzumachen.

Warum haben vielfach die Vereine in Schuhwaren nicht den gewünschten Umsatz, und warum steht der Umsatz vielerorts in absolut keinem Verhältnis zum effektiven Verbrauch ihrer Mitglieder? Diese Frage sollte ernstlich im Schosse der Behörde und speziell auch von den Verwaltungen behandelt werden. Das Herbstgeschäft muss in Bälde vorbereitet werden, und es ist vorauszusehen, dass mit einem Riesenaufwand von Reklame zur Bearbeitung der Bevölkerung eingesetzt wird. Diese Tatsachen bedingen auch eine Umstellung in den Genossenschaften. Jede Verkäuferin muss dahingehend geschult sein, die Differenzen in Qualität, Schönheit und Passform zwischen Schuhen verschiedener Preislage genau angeben zu können. Sie muss über die Zweckmässigkeit der Schuhe selbst im Klaren sein und auch ein Interesse daran haben, der Mitgliedschaft wirklich gut passendes Schuhwerk zu verkaufen.

An der Konkurrenzfähigkeit kann es nicht liegen, da die Vereine jeweilen von der Schuh-Coop so vorteilhaft beliefert wurden, dass sie imstande sind, jede Konkurrenz unter Berücksichtigung der Qualität bestimmt auszuhalten. Ausserdem besitzen die Vereine **in der Marke «Co-op» und «Coop-Reform»** ein Produkt, das unter Berücksichtigung der Qualität das Preiswürdigste darstellt, das auf dem Markt überhaupt geboten wird, was auch die ständig notwendige Steigerung der Produktion beweist und auch ein grosser Teil der Bevölkerung richtig anerkannt hat.

Auf was kommt es an, — auf die bewegliche, örtlich abgestimmte, wir möchten sagen, individuelle, genügende und richtige Aufklärung. Die Bevölkerung im allgemeinen muss es wissen, was für Vorteile der Konsum in der Vermittlung von Schuhwaren in der Lage ist, zu bieten. Die bisherigen, ausgefahrenen Geleise müssen verlassen werden.

Neben Inseraten auf der vierten Seite im «Genossenschaftlichen Volksblatt» soll auch mehr für Aufklärung, und zwar speziell für den Verkauf von Schuhen für Kranke und empfindliche Füsse getan werden. Besonders möchten wir darauf hinweisen, dass diese Spezialschuhe vom Privathandel wesentlich teurer verkauft werden müssen als unsere «Coop-Reform»-Artikel.

Wir haben vielfach, speziell anlässlich der Besuche der Vereine in Basel in den letzten Jahren, von seiten der Mitglieder beim Besichtigen der Schuhfabrik Fragen gestellt erhalten, aus welchen wir schliessen müssen, dass noch sehr viel Aufklärung über dasjenige, was im Schuhgeschäft der Konsumvereine abgegeben werden kann, notwendig ist.

Sämtliche Vereine, auch diejenigen, welche das «Genossenschaftliche Volksblatt» nicht führen, wurden orientiert, dass wir gegen Ende September (auf die Hauptverbrauchszeit) im «Genossenschaftlichen Volksblatt», «La Coopération», «La Cooperazione» die Mitglieder der Vereine durch eine vierseitige illustrierte Beilage, mit Detailpreisen versehen, auf den vorteilhaften Einkauf von Qualitäts-Schuhwerk aller Art, aufmerksam machen. Vereinen, welche auf das «Genossenschaftliche Volksblatt» nicht abonniert sind, stellen wir diese Beilage zwecks Verteilung gratis zur Verfügung.

Denjenigen Vereinen, welche bisher den Verkauf von Schuhwaren nur an Hand des Detail-Kataloges besorgten, empfehlen wir ebenfalls, speziell ihr Verkaufspersonal zu veranlassen, sich auf diese grosse Verkaufsaktion richtig vorzubereiten. Wir erachten es als notwendig, dass die Verwaltungen sich die Mühe nehmen, das Verkaufspersonal zu prüfen, ob dieses es sich wirklich angelegen sein liess, in Verbindung mit dem illustrierten Katalog No. 6 sich für den Verkauf von Schuhwaren richtig vorzubereiten, und ob dasselbe auch wirklich in der Lage ist, den Mitgliedern beratend zur Seite zu stehen.

Gleichzeitig empfehlen wir den Vereinen, welche bisher nur an Hand des Detailkataloges den Schuhverkauf besorgten, ein Musterlager in den gangbarsten Artikeln anzulegen. Nachweisbar werden sich an Hand eines Musterlagers die Mitglieder viel eher zum Ankauf von Schuhen in der Genossenschaft entschliessen können, und die vielen kostspieligen Hin- und Hersendungen werden vermieden. Wir sind auf Wunsch gerne bereit, entsprechende Vorschläge zu unterbreiten.

Neben Inseraten in der genossenschaftlichen und Tagespresse, Werbebriefen, zweckentsprechenden schönen Schaufensterausstellungen, welche möglichst rasch zu wechseln sind und in welchen auch alles abwechslungsweise, was geführt wird, auszustellen ist, soll Hand in Hand eine Orientierung des gesamten Personals, nicht nur in den Spezialgeschäften, sondern auch des Verkaufspersonals in den Lebensmittelfilialen, erfolgen; ebenso über den Verkauf unter gleichzeitiger Orientierung der Auswahl, damit eine Propaganda auf breiter Basis von Mund zu Mund bei den täglichen Einkäufen möglich ist.

Ferner ist zu bemerken, dass der Mengenumsatz in Schuhwaren allgemein gesprochen, nicht gelitten hat, zum mindesten nicht im Vergleich zu andern Branchen. Hierbei wirken zwei Faktoren mit: erstens lässt sich beobachten, dass das kaufende Publikum das Interesse leichter auf diejenige Ware

lenkt, die für weniger Geld erworben werden kann; zweitens gewinnt auch in der Schweiz der Schuh im Rahmen der gesamten Bekleidung dauernd mehr an Bedeutung, deshalb wäre bestimmt auch für unsere Konsumvereine noch eine erhebliche Verschiebung im Sinne einer Umsatzsteigerung zu erzielen.

Mehrumsatz lässt sich im Verkauf von Fournituren ebenfalls sehr wohl erreichen; es kann dadurch auch die Rentabilität gehoben werden. Wir erinnern an: Platt- und Spreizfusseinlagen, Ausfüll-Leisten, Einlagesohlen, Sohlenschützer, welch letztere, wie wiederholt schon mitgeteilt, bei gleicher Qualität und sogar gleichem Fabrikat, um die Hälfte billiger in den Genossenschaften als in den Spezialgeschäften, wie Eisenwarenhandlungen etc. abgegeben werden; weiter zweckmässige Imprägnierungsmittel, Schuhcrèmen, Schuhfett, Nestel, Schuhlöffel, Beschlagstöcke usw.

Aus dem bisherigen Umsatz geht hervor, dass das in Betracht fallende Personal bei einer grossen Anzahl Vereine dem Verkauf von Fournituren nicht die nötige Beachtung schenkt. Im Privatgeschäft sind die Umsätze in Fournituren derart gross, dass auf Grund zuverlässiger, uns seit einigen Jahren gemachten Orientierungen, sogar die Löhne des gesamten Verkaufspersonals aus dem Ergebnis der Fournituren herausgewirtschaftet werden konnten. In der Privatwirtschaft wird auch teilweise das Personal am Verkauf der Fournituren extra interessiert. Wir erachten es als notwendig, auch dem Verkauf der Fournituren für die Folge grössere Aufmerksamkeit zu schenken, und wo diese Artikel gar nicht oder nur ungenügend bis jetzt geführt wurden, empfehlen wir, dieselben auf Lager zu nehmen.

Kein Schuhverkauf ohne Fournituren verkauf!

Durch die seit einiger Zeit an allen Rohwarenmärkten eingetretene feste Stimmung versuchen verschiedentlich Fabrikanten, für gewisse Artikel bereits schon höhere Preise zu erzielen. Die Beurteilung der tatsächlichen Verhältnisse für die nächste Zukunft ist natürlich ausserordentlich schwierig. Man wird zwischen einer rein spekulativen Hausse und einer Aufwärtsbewegung, die durch steigenden Bedarf gegründet ist und speziell auch mit einem Ausgleich auf diejenigen Genres, welche unter dem Druck der Verhältnisse im Preis unter die effektiven Gestehungskosten gesunken sind, zu unterscheiden haben. Dagegen dürfte nicht daran zu zweifeln sein, dass die Aufwärtsbewegung an den Welt-Rohstoffmärkten eine positive Grundlage hat.

Wir lassen nachstehend zwei Inseratentwürfe folgen und ersuchen die Vereinsverwaltungen, von denselben gefl. Gebrauch machen zu wollen.

INSERAT-ENTWÜRFE:

Es ist kaum zu glauben,

wie billig jetzt die Konsumschuhe sind!

Dabei haben wir nicht etwa die Artikel mit den kleinsten Preisen im Auge, sondern das Urteil gilt besonders in Würdigung der

ausgezeichneten Beschaffenheit der gangbaren, guten Artikel!

Auch wir verkaufen Damenschuhe zu Fr. 8.80 und Fr. 9.80; Töchterschuhe in verschiedenen Ausführungen; Herrenschuhe Ia. von Fr. 13.20 an.

Alle diese extra billigen Sachen sind ihren Preis wert und mindestens ebenso gut beschaffen, ebenso schön als irgend ein anderes Fabrikat gleicher Preislage (wobei wir noch Rückvergütung gewähren).

Aber wer wirklich **Freude haben will** an seinen Schuhen und erwartet, dass sie ihm auch eine angemessene Zeitspanne dienen, wird **in erster Linie die Güte** entscheiden lassen.

Der qualitativ beste Schuh ist der **«Co-op»-Schuh**, im Tragen der vorteilhafteste und auf die Dauer der billigste.

Man vergleiche **unsere guten Schuhe** mit dem geforderten Preis, und man wird finden, dass sie billig sind, kaum zu glauben billig, bei Würdigung des guten Materials und der sorgfältigen Arbeit.

Der Genossenschafter wird sich besonders freuen, dass die **genossenschaftlichen Eigenfabrikate** der Schuh-Coop aus **bestem Material erzeugt** und **ausgezeichnet gearbeitet** sind. Für empfindliche Füsse ist die prächtige Serie «Coop-Reform» (rahmengenäht) geschaffen, ein vorzüglicher Schuh!

Unsere Mitglieder dürfen sich auf den Konsumverein verlassen, sie werden immer gut bedient sein!

(Für dieses Inserat sind folgende Klischees geeignet: No. 685, 507 und 517.)

Wenn die ersten Blätter fallen!

Wenn es Herbst zu werden beginnt, dann ist es höchste Zeit, an die **Erneuerung der Bekleidung** zu denken.

Denken Sie vor allen Dingen an die Beschaffung guten, preiswerten und haltbaren **Schuhwerks.**

Für die Dame: elegante drei- und vier-Oesen-Halbschuhe oder Spangenschuhe.

Für den Herrn: wetterfeste Schuhe, Halbschuhe aus kräftigen Ledern in schwarz oder braun, Lackschuhe für Gesellschaftszwecke.

Für das Kind: praktisches und strapazierfähiges Schuhwerk für Strasse und Schule.

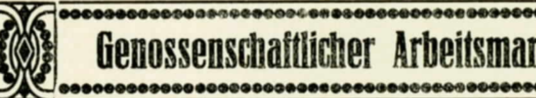
Für den Sport: Spezialschuhwerk zur Steigerung der Sportsleistungen.

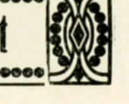
Fürs Haus: mollige, warme Hausschuhe.

Sie finden alle diese Artikel und viele andere mehr, in **reichhaltiger Auswahl,** zu wirklich **vorteilhaften Preisen,** in vollendeter Ausführung in Ihrem **eigenen Schuhgeschäft.**

Verlangen Sie in Ihrem Interesse die Marke **«Co-op»**, für leidende und empfindliche Füsse die Marke **«Coop-Reform»**.

(Für dieses Inserat sind folgende Klischees geeignet: No. 688, 681, 517 und 507.)





Angebot.

19 jährige, freundliche und strebsame Tochter sucht Stelle in grössern Konsum als **zweite Verkäuferin.** Deutsch und französisch sprechend. Offerten unter Chiffre G. H. 123 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Seriöses, kautionsfähiges Ehepaar, tüchtig, branchekundig, in deutscher und französischer Sprache perfekt, gute Umgangsformen, sucht baldmöglichst **Konsumdepot** zu übernehmen. Gefl. Offerten erbeten unter Chiffre A. R. 124 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

25 jähriger, **tüchtiger Bäcker,** mit Konditoreikenntnissen, sucht Stelle in Konsum. Eintritt sofort. E. Muntwyler, Wettingerstrasse 31, Baden (Aarg.)

Redaktionsschluss: 18. August 1932.

Buchdruckerei des Verband. schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel